

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis, peneliti menyimpulkan bahwa E-Service Quality berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna platform Grab di Kota Gorontalo. Simpulan ini mengandung arti bahwa semakin baik kualitas pelayanan elektronik yang diberikan oleh Grab akan semakin meningkatkan kepuasan penggunanya.

#### **5.2 Saran**

Dari simpulan di atas, maka peneliti merekomendasikan beberapa hal berikut:

1. Disarankan agar pihak Grab lebih responsif dalam menanggapi keluhan konsumen. Terutama ketika dalam kondisi hujan seringkali sulit menemukan driver yang bersedia untuk *pick up* orderan. Solusi yang ditawarkan oleh peneliti terkait masalah ini adalah dengan bekerja sama dengan penyedia jasa transportasi tradisional (bentor) khusus untuk fitur grabfood. Struktur bentor yang beratap, memudahkan driver untuk tetap fleksibel menerima orderan meskipun cuaca sedang dalam kondisi hujan.
2. Disarankan agar pihak Grab meng-*upgrade* mesin pencarian lokasi karena seringkali driver tidak sesuai dengan titik. Peneliti

menawarkan solusi dengan cara menghimbau kepada setiap driver untuk senantiasa mengupdate aplikasi map di ponsel masing-masing.

3. Perlu adanya himbauan kepada masing-masing penjual makanan, khususnya pada bagian grabfood, untuk terus mengupdate mengenai ketersediaan menu (Ready atau Sold Out), serta memperjelas waktu dimana restoran atau rumah makan tersebut tutup. Guna menghindari kerugian bagi pihak driver.
4. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat mengembangkan variabel penelitian seperti nilai pelanggan, minat beli ulang, dan kepercayaan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. M., & Parvez, N. (2009). Impact of service quality, trust, and customer satisfaction on customers loyalty. *ABAC journal*, 29(1).
- Amir, M Taufiq. (2005). *Dinamika Pemasaran: Jelajahi dan Rasakan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Apriyani, D. A., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen the Little a Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(2), 1-7.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan, Prof, Dr, MBA. (2013). *Strategic Marketing Sustaining Lifetime Customer Value*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Assegaff, M. (2009). Analisis kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 334-343.
- Band, W. A. (1991). *Creating value for customers: Designing and implementing a total corporate strategy*. Wiley.
- Basu,Swastha., Dharmesta., Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Bitner, M. J. dan Zeithaml, V. A., 2003, *Service Marketing* (3rd ed.), Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Bressolles, Gregory., Durrieu, Francois., Senecal, Sylvain. (2014). A Consumer Typology Based on E-Service Quality and E-Satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Service*. 2(6). 889-896. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.07.004>
- Chase, R., Jacobs, R., & Aquilano, N. (2006). *Operations Management-For Competitive Advantage*, Eleventh E. McGraw-Hill Irwin.
- Darwin, Steven., Y.S Kunto. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia – Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1). 1-12.

- Dimiyati, Mohammad, Dr, S.E, M.Si. (2018). Pendekatan Hayati : Strategi Pemasaran untuk Menghadapi Persaingan yang Dinamis. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Fadillah, Dicky Kustrianto. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik, Nilai Pelanggan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Traveloka. Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Fandy Tjiptono. (2005). Prinsip-Prinsip Total Quality Service.Edisi V. Yogyakarta. Penerbit ANDI
- Gotama, F., & Indarwati, T. A. (2019). The Effects of E-Trust and E-Service Quality to E-Loyalty with E-Satisfaction as the Mediation Variable (The Study of Bebas Bayar Application User's in Indonesian). *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 6(2), 145-160.
- Handi, Irawan. (2004). 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Cetakan Kelima. Jakarta : Elex Media Komputindo
- Harlisana, R. L. (2018). Pengaruh persepsi konsumen pada e-service quality terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya pada niat beli ulang konsumen JD. id di Indonesia.
- Ihsan, Ali Nurul. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Implikasinya Pada Loyalitas Pelanggan Online Shop JD.ID. *Institutional Repositories & Scientific Journal*. Skripsi: UPT Perpustakaan Universitas Pasundan
- Komara, Anton Tirta. (2013). Pengaruh E-Service Quality Dan E-recovery Service Quality terhadap E-satisfaction Serta Implikasinya Pada E-loyalty Pelanggan Maskapai Penerbangan Air Asia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*.7(2).
- Kotler, Philip & Keller, K.L (2009) Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 2. (Bob sabran. Terjemahan). Jakarta: Erlangga.
- Li, H., & Suomi, R. (2009). A proposed scale for measuring e-service quality. *International Journal of u-and e-Service, Science and Technology*, 2(1), 1-10.
- M. Nur Nasution. (2004). Manajemen Jasa Terpadu. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurhadi, N., & Azis, A. (2018). The Influence of Service Quality on Trust and Loyalty of Consumers. *Jurnal Economia*, 14(1), 89-98.
- Rita, Paulo., Oliveira, Tiago., Farisa, Almira. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in

online shopping. Heliyon. 5(10).  
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690>

- Santos, J. (2003). E-service quality: a model of virtual service quality dimensions. *Managing Service Quality: An International Journal*.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy, Ph.D. (2017). *Service, Quality dan Satisfaction*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta.
- Wedarini, N. M. S. (2013). *Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan telkom flexi* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Wisnu Chandra Krisiaji.(2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.